

Azienda di Soggiorno di Merano: orientamento strategico 2017-2020

1. Visione, incarico e compiti dell'Azienda di Soggiorno di Merano ai sensi dello statuto
2. Processo strategico dell'Azienda per Merano
 - a. Visione strategica e profilo di Merano
3. Obiettivi strategici dell'Azienda di Soggiorno per il quadriennio 2017-2020
4. Piano delle misure per il 2017

1. Visione, incarico e compiti dell'Azienda di Soggiorno di Merano ai sensi dello statuto

Visione

L'Azienda di Soggiorno di Merano è una **piattaforma per gli operatori turistici di Merano**, essa favorisce la sinergie e le cooperazioni tra quest'ultimi, costituisce un **fattore trainante** per le categorie economiche del settore e una **piattaforma per potenziare lo sviluppo turistico della città**.

Compiti dell'Azienda di Soggiorno ai sensi dello statuto

L'Azienda di Soggiorno di Merano ha l'incarico di favorire e rafforzare il turismo a Merano e di sviluppare lo sviluppo della città in generale.

Essa deve svolgere i seguenti compiti particolari

- Istituire servizi di informazione e di assistenza turistica.
- Creare e migliorare impianti e servizi di interesse turistico.
- Promuovere, attuare e coordinare manifestazioni di interesse turistico.
- Valorizzare il patrimonio paesaggistico, artistico e storico.
- Provvedere ai rilevamenti statistici concernenti i pernottamenti alberghieri ed extra-alberghieri.
- Svolgere i compiti ad essa demandati dalla Provincia o dal Comune per il raggiungimento delle finalità turistiche, utilizzando i mezzi finanziari che di volta in volta detti enti metteranno a disposizione.
- Sviluppare prodotti turistici allargati e di sintesi, che contribuiscano alla promozione del territorio.
- Esercitare attività simili, affini e di pertinenza a quelle fin qui elencate, ivi comprese attività commerciali connesse alle attività sopraelencate.

2. Processo strategico dell'Azienda per Merano

La strategia dell'Azienda di Soggiorno di Merano deriva dalla visione strategica per Merano. Le tematiche e gli obiettivi si riferiscono sia alla situazione turistica di Merano che alle caratteristiche strutturali dell'Azienda di Soggiorno.

a. Visione per Merano

Merano è sinonimo di qualità di vita e vive dell'incontro tra culture diverse. Merano è luogo degno di essere vissuto per tutti (cittadini e ospiti) ed è dotata di strutture facilmente accessibili e tangibili.

b. Qualità della vita fra eleganza e leggerezza – il profilo di Merano

È camminando fra i suoi grandi e rigogliosi parchi, le numerose passeggiate, le architetture Belle Époque e le meravigliose ville che Merano svela pienamente il suo **fascino**.

Il clima mite tutto l'anno e la presenza costante dell'**elemento-acqua**, inseriti in una vegetazione ora alpina ora mediterranea, donano alla città una natura peculiare e un paesaggio che si manifesta nelle vigne disposte su dolci pendii e negli spettacolari, imponenti scenari delle montagne. Tutto ciò è cornice di un contesto urbano che esprime periodi storici diversi e, allo stesso tempo, presupposto per uno stile di vita incline alla qualità e al **benessere**.

La città esprime la sua unicità attraverso l'**eleganza** e la **gioia di vivere di stampo mediterraneo**, elementi figli dell'incontro fra cultura italiana e tedesca.

3. Obiettivi strategici dell'Azienda di Soggiorno di Merano per il quadriennio 2015-2018

3.1 Obiettivi strategici nell'ambito dello sviluppo di prodotto

Di fronte al crescente numero di richieste nei confronti dell'Azienda di Soggiorno, le cui risorse soprattutto organizzative invece rimangono le stesse, si sono analizzati i singoli prodotti e il relativo valore turistico. Nel corso dell'analisi e sulla base del profilo della città di Merano sono stati definiti tre temi importanti, nei quali sono stati inseriti i diversi prodotti.

Per ogni tema sono stati definiti gli eventi principali e secondari. Si è riscontrato che per l'argomento/tema "natura|benessere|movimento" manca un evento principale dedicato. Pertanto si punterà a sviluppare l'evento Primavera Meranese ampliando l'aspetto del benessere e della natura, meno quello dell'arte.

NATURA BENESSERE MOVIMENTO	TRADIZIONE & CULTURA
Evento principale: Primavera Meranese „Merano in fiore“ (titolo di lavoro) Merano in Yoga Südtirol Balance	Evento principale: Mercatini di Natale Festa dell'Uva Asfaltart Gran Premio di Merano + Avelignesi + corse Settimane Musicali Meranesi
GUSTO	
Evento principale: Merano WineFestival Mercato Meranese Autunno Meranese GourmetPromenade (titolo di lavoro)	

- La definizione e organizzazione dell'evento principale "Primavera Meranese" e dell'evento "Merano in fiore", i cui obiettivi sono i seguenti.
 - Il rafforzamento del profilo di Merano città verde, valorizzando il paesaggio esistente.
 - La valorizzazione della natura in città attraverso Passeggiate Lungo Passirio, Passeggiata Tappeiner, Passeggiata Gilf, collegamento a Lazago e Wandelhalle.
 - Il consolidamento della tradizione delle aiuole e dei fiori (tradizione città giardino – sostegno Giardinerie – Premio Entente Florale)
 - L'aumento degli arrivi e i pernottamenti in primavera
- La creazione di un evento gourmet le cui basi possano essere poste nel 2017 per una effettiva realizzazione nel 2018.
- La stabilizzazione di Merano quale destinazione per tutto l'anno attraverso l'attuazione di due ulteriori campagne invernali.
- L'analisi e lo sviluppo degli eventi ai sensi del profilo e riduzione o eliminazione delle manifestazioni non rilevanti. Per gli eventi minori e gli ulteriori eventi di terzi prevedere il coinvolgimento dei seguenti reparti del Comune di Merano in qualità di sostenitori: Marketing Cittadino, Assessorato alla Cultura e Assessorato allo Sport.
- L'adattamento della strategia riguardante il rafforzamento di periodi turisticamente deboli attraverso l'attività congressuale. Alla luce della relazione presentata da Isabella Konrad, incaricata da due anni a seguire ed incrementare il settore MICE, si è rilevata la scarsa disponibilità a dare dei contingenti alberghieri in numero sufficiente, sia in alta che in bassa stagione. Per cui si ritiene dirottare le competenze in altra direzione più strategica. In pratica il settore MICE non verrà più trattato attivamente, ma soltanto come cura del cliente.
- La previsione dell'innovazione tecnologica, laddove applicabile.
- Lo sviluppo qualitativo della Festa dell'Uva elaborando un concetto completo seguendo la via intrapresa, puntando su eleganza e qualità in inverno, favorendo la distribuzione dell'interesse dell'ospite a tutto il centro storico con spostamenti di casette e alleggerimento della Passeggiata.
- Lo sviluppo dei Mercatini di Natale Merano quale sostegno per l'indotto di Merano, con maggiore accento posto sulla qualità culturale e sull'immagine in direzione *lifestyle*.

3.2 Obiettivi strategici nell'ambito della comunicazione e distribuzione

- Il monitoraggio della presenza online di Merano all'interno del portale regionale di Merano e dintorni.
- L'utilizzo delle analisi dei mercati di IDM Südtirol Alto Adige e Merano Marketing, con focus sui punti di forza di Merano e sull'offerta al fine di rivolgersi al mercato potenziale Benelux. La Russia non è più stata elaborata a causa della situazione politica internazionale, ad essa si sostituisce la Francia, a sua volta analizzata da IDM.
- La collaborazione con il Comune di Merano per lo sviluppo di un marchio Merano sia in ambito turistico sia in ambito intersettoriale. Si attendono i prossimi passi da parte del Comune di Merano.
- L'ottimizzazione e l'innovazione (in ambito multimediale) degli stampati che rappresentano uno strumento fondamentale per l'acquisizione delle entrate commerciali.
- Il chiarimento delle competenze in ambito marketing con Merano Marketing e relativa definizione della copertura dei costi.
- Il rafforzamento dell'immagine dell'Azienda di Soggiorno di Merano, sensibilizzando le redazioni attraverso il lavoro di PR e la collaborazione con i partner, con risultati più credibili che non con inserzioni a pagamento.

- L'elaborazione di un concetto per "L'Estate Meranese" che comprenda sia le Sere d'estate che i MartedìSera.
- La creazione di una piattaforma/rete di comunicazione che migliori i flussi di informazione con i commercianti.

3.3 Obiettivi strategici nell'ambito dell'assistenza all'ospite

- L'analisi delle iniziative proposte e consulenza per lo sviluppo dell'offerta, facendo riferimento a *best practice*.
- La collaborazione con il Comune di Merano per l'ottimizzazione delle infrastrutture a servizio dell'ospite.

3.4 Obiettivi strategici nell'ambito dell'assistenza agli esercizi associati e ai partner

- L'ulteriore professionalizzazione dei servizi e l'ottimizzazione dei tempi di reazione attraverso la formazione del personale.
- L'Azienda di Soggiorno svolge un ruolo consultivo per il miglioramento dei progetti e delle iniziative esistenti ed è un ente propulsore per i partner per la realizzazione di progetti nuovi.
- Il favorimento della prenotabilità online degli esercizi meranesi attraverso un lavoro di sensibilizzazione. Dato il basso tasso di frequenza dei momenti formativi, il focus viene posto soltanto sulla sensibilizzazione.
- Il coinvolgimento degli esercizi associati e dei partner in gruppi di lavoro tematici per lo sviluppo di prodotto e per le campagne marketing.

3.5 Obiettivi strategici nell'ambito del personale

- Il lavoro di sensibilizzazione presso la Provincia Autonoma di Bolzano per l'innovazione dell'organigramma superato nella quantità e nella qualità dei posti di lavoro.
- L'utilizzo dell'esperienza e della struttura organizzativa flessibile del personale, nonché della varietà dei progetti.
- Il consolidamento del team dell'Azienda di Soggiorno.

3.6 Obiettivi strategici nell'ambito della situazione finanziaria

- Il monitoraggio del lavoro della Provincia di Bolzano relativo all'abbinamento dei contributi pubblici alle entrate commerciali.
- La riduzione dei costi fissi (esclusi i costi del personale) attraverso le convenzioni per gli enti pubblici.

4. Piano delle misure per il 2017

4.1 Misure nell'ambito dello sviluppo di prodotto

Obiettivo: La definizione e organizzazione dell'evento principale "Primavera Meranese" e dell'evento "Merano in fiore".

Misure:

- Definizione del periodo dell'evento, onde evitare la concorrenza con eventi analoghi in Norditalia.
- Coinvolgimento e sostegno della Giardineria per la valorizzazione delle aiuole e delle figure floreali.
- Incarico ad un'impresa per la realizzazione di una parete verde in centro città.

- Coinvolgimento di partner potenziali per l'edizione 2018 – Terme Merano – parco delle Terme.

Obiettivo: La creazione di un evento gourmet le cui basi possano essere poste nel 2017 per una effettiva realizzazione nel 2018.

Misure:

- Creazione di un gruppo di lavoro per l'ideazione e lo sviluppo del prodotto.

Obiettivo: La stabilizzazione di Merano quale destinazione per tutto l'anno attraverso l'attuazione due ulteriori campagne invernali.

Misure:

- Controllo dei risultati e relativa preparazione all'inverno 2017/2018.

Obiettivo: L'analisi e lo sviluppo degli eventi ai sensi del profilo e riduzione o eliminazione delle manifestazioni non rilevanti. Per gli eventi minori e gli ulteriori eventi di terzi prevedere il coinvolgimento dei seguenti reparti del Comune di Merano in qualità di sostenitori: Marketing Cittadino, Assessorato alla Cultura e Assessorato allo Sport.

Misure:

- Workshop interni al fine di analizzare gli eventi propri e gli eventi di terzi.
- Lavoro di sensibilizzazione degli assessori competenti, affinché sostengano i terzi.

Obiettivo: L'adattamento della strategia riguardante il rafforzamento di periodi turisticamente deboli attraverso l'attività congressuale. Alla luce della relazione presentata da Isabella Konrad, incaricata da due anni a seguire ed incrementare il settore MICE, si è rilevata la scarsa disponibilità a dare dei contingenti alberghieri in numero sufficiente, sia in alta che in bassa stagione. Per cui si ritiene dirottare le competenze in altra direzione più strategica. In pratica il settore MICE non verrà più trattato attivamente, ma soltanto come cura del cliente.

Misure:

- Assistenza delle richieste per congressi e meeting entranti.

Obiettivo: La previsione dell'innovazione tecnologica, laddove applicabile.

Misure:

- Implementazione del *layer* relativo ai parcheggi su bus.merano.eu (parking.merano.eu).

Obiettivo: Lo sviluppo qualitativo della Festa dell'Uva elaborando un concetto completo seguendo la via intrapresa, puntando su eleganza e qualità in inverno, favorendo la distribuzione dell'interesse dell'ospite a tutto il centro storico con spostamenti di casette e alleggerimento della Passeggiata.

Misure:

- Incontri regolari con il team dell'Azienda di Soggiorno e con il gruppo di lavoro costituito da Comune e Merano Marketing.
- Analisi per l'estensione della manifestazione da 3 a 7 giorni.
- Analisi e considerazioni per nuove strutture (in tema) sulla Passeggiata Lungo Passirio e in Piazza della Rena.
- Incontri per collaborazione approfondita con i ristoratori (partecipanti "assaporare l'autunno meranese"), intorno piazza della Rena, Portici.

Obiettivo: Lo sviluppo dei Mercatini di Natale Merano quale sostegno per l'indotto di Merano in inverno, con maggiore accento posto sulla qualità culturale e sull'immagine in direzione *lifestyle*.

Misure:

- Valorizzazione qualitativa attraverso eventi ad hoc e personaggi di spicco.
- Tematizzazione dei 25 anni di Mercatini di Natale Merano.
- Proiezione video in teatro (700 anni).

4.2 Misure nell'ambito della comunicazione e distribuzione

Obiettivo: Il monitoraggio della presenza online di Merano e della quota delle richieste di alloggi (focus del portale e del portale suedtiroel.info) all'interno del portale regionale di Merano e dintorni.

Misure:

- Analisi costante dei dati statistici e attuazione di relativi adattamenti.

Obiettivo: L'utilizzo delle analisi dei mercati di Alto Adige Marketing e Merano Marketing, focus sui punti di forza di Merano e sull'offerta al fine di rivolgersi al mercato potenziale del Benelux. La Russia non è più stata elaborata a causa della situazione politica internazionale, ad essa si sostituisce la Francia, a sua volta analizzata da IDM.

Misure:

- Campagna marketing per l'elaborazione del mercato Benelux in collaborazione con Merano Marketing.
- Offerta di materiale informativo in lingua francese.
- Mantenimento della presenza online di Merano in lingua francese.

Obiettivo: La collaborazione con il Comune di Merano per lo sviluppo di un marchio Merano sia in ambito turistico sia in ambito intersettoriale. Si attendono i prossimi passi da parte del Comune di Merano.

Misure:

- Utilizzo del profilo in tutti i processi strategici.
- Collaborazione nel gruppo di lavoro.

Obiettivo: L'ottimizzazione e l'innovazione (in ambito multimediale) degli stampati che rappresentano uno strumento fondamentale per l'acquisizione delle entrate commerciali.

Misure:

- Analisi e sviluppo multimediale degli stampati esistenti.

Obiettivo: Il chiarimento delle competenze in ambito marketing con Merano Marketing e relativa definizione della copertura dei costi.

Misure:

- Incontri regolari con Merano Marketing per la pianificazione e la messa in opera delle misure marketing per l'elaborazione dei mercati Germania, Italia e Benelux.
- Sostegno, assieme ai partner dell'attività marketing di Merano Marketing per l'elaborazione dei mercati, attraverso misure promozionali mirate.

Merano

Obiettivo: Il rafforzamento dell'immagine dell'Azienda di Soggiorno di Merano, sensibilizzando le redazioni attraverso il lavoro di PR e la collaborazione con i partner, con risultati più credibili che non con inserzioni a pagamento.

Misure:

- Invio regolare di comunicati stampa relative all'attività dell'Azienda di Soggiorno.
- Coinvolgimento dei partner nei progetti.
- Presenza mediatica anticipata per tematiche rilevanti.

Obiettivo: L'elaborazione di un concetto per "L'Estate Meranese" che comprenda sia le Sere d'estate che i MartedìSera.

Misure:

- Definizione dei punti di forza e di debolezza e di un comune denominatore di entrambe le rassegne.
- Attuazione dei primi passi.

4.3 Misure nell'ambito dell'assistenza all'ospite

Obiettivo: L'analisi delle iniziative proposte e consulenza per lo sviluppo dell'offerta, facendo riferimento a *best practice*.

Misure:

- Messa a disposizione delle guide ufficiali della città di dispositivi audio.
- Concezione di uno shop info negli spazi attigui all'Azienda di Soggiorno.

Obiettivo: La collaborazione con il Comune di Merano per l'ottimizzazione delle infrastrutture a servizio dell'ospite.

Misure:

- Sensibilizzazione dell'ospite, affinché esplori la città a piedi oppure in bicicletta.
- Sostegno del Comune di Merano nella realizzazione dell'area della stazione centrale.
- Collaborazione con il marketing cittadino di Merano nello sviluppo di una segnaletica di orientamento per la valorizzazione e la visibilità dei luoghi di interesse e delle attrazioni (lotto 2).

4.4 Misure nell'ambito dell'assistenza agli esercizi associati e ai partner

Obiettivo: L'ulteriore professionalizzazione dei servizi e l'ottimizzazione dei tempi di reazione attraverso la formazione del personale.

Misure:

- Fruizione di diverse offerte formative.
- Ricerca di ulteriori possibilità formative, attraverso esperienze di scambio in varie imprese.

Obiettivo: L'Azienda di Soggiorno svolge un ruolo consultivo per il miglioramento dei progetti e delle iniziative esistenti ed è un ente propulsore per i partner per la realizzazione di progetti nuovi.

Misure:

- Messa in opera del progetto "Mercato Meranese".
- Innovazione dei „MartedìSera“.
- Organizzazione della 2a edizione della sfilata di moda "Merano Fashion".
- Organizzazione del videomapping Merano 007.

Obiettivo: Il favorimento della prenotabilità online degli esercizi meranesi attraverso la sensibilizzazione e relative misure formative. Dato il basso tasso di frequenza dei momenti formativi, il focus viene posto soltanto sulla sensibilizzazione.

Misure:

- Invio regolare di informazioni sulle novità del servizio a tutti gli esercizi associati.
- Assistenza attraverso l'ufficio informazioni per una cura corretta del sistema.

Obiettivo: Il coinvolgimento degli esercizi associati e dei partner in gruppi di lavoro tematici per lo sviluppo di prodotto e per le campagne.

Misure:

- Continuazione del tavolo tematico con i partner dedicato alla "Primavera Meranese".
- Continuazione della task force con i partner e gli esercizi partecipanti, dedicato al progetto Merano Inverno Slow.

4.5 Misure nell'ambito del personale

Obiettivo: Il lavoro di sensibilizzazione presso la Provincia Autonoma di Bolzano per l'innovazione dell'organigramma superato nella quantità e nella qualità dei posti di lavoro.

Misure:

- Trattative tra il presidente, i consiglieri dell'Azienda di Soggiorno e la Provincia Autonoma di Bolzano per lo sviluppo di un organigramma nuovo.

Obiettivo: L'utilizzo dell'esperienza e della struttura organizzativa flessibile del personale, nonché della varietà dei progetti.

Misure:

- Creazione di gruppi di lavoro interni per lo sviluppo condiviso degli eventi esistenti e delle manifestazioni e prodotti nuovi (primavera, Mercato Meranese, eventi estivi, Foodie Factory, Festa dell'Uva, Mercatini di Natale Merano).

Obiettivo: Il consolidamento del team dell'Azienda di Soggiorno.

Misure:

- Messa a bando dei posti liberi in pianta organica.

4.6 Misure nell'ambito della situazione finanziaria

Obiettivo: Il monitoraggio del lavoro della Provincia di Bolzano relativo all'abbinamento dei contributi pubblici alle entrate commerciali.

Misure:

- Scambio di informazioni regolare con i funzionari e le istituzioni di competenza.

Obiettivo: La riduzione dei costi fissi (esclusi i costi del personale) attraverso le convenzioni per gli enti pubblici.

Misure:

- Ricerca sul portale bandi-altoadige.it delle convenzioni a vantaggio del risparmio nei costi fissi.